

## CONHECENDO O GEOTURISTA: SEGMENTAÇÃO PELA MOTIVAÇÃO E EXPERIÊNCIA NOS GEOPARQUES BRASILEIROS MUNDIAIS DA UNESCO

Janis Linda Loureiro Morais<sup>1</sup>; Camila Alves Cruz Ortega<sup>2</sup>; Andrea Sander<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Estudo realizado na USP. janis.m@edu.pucrs.br

<sup>2</sup>Universidade de São Paulo. ca\_aco@hotmail.com

<sup>3</sup>Serviço Geológico do Brasil. andrea.sander@sgb.gov.br

Em expansão, os geoparques são iniciativas para impulsionar o turismo como estratégia de desenvolvimento sustentável. No Brasil, os geoparques Araripe, Caminhos dos Cânions do Sul, Seridó, Caçapava, Quarta Colônia e, depois desta pesquisa, Uberaba, foram chancelados pela Unesco. O objetivo deste trabalho é conhecer o perfil do visitante desses geoparques, segmentando-os pelas variáveis de motivação e experiência. Para isso, optou-se por uma pesquisa exploratória, com procedimentos metodológicos de revisão bibliográfica, coleta estruturada de dados com questionário e análise descritiva dos dados. Para o Estado da Arte foram selecionados artigos, utilizando na busca os termos “geoturismo”, “geoparques” e “segmentação”. O formulário foi disponibilizado em cartazes com QRCode em locais de visitação, postagens com link em redes sociais e grupos de whatsapp de trades turísticos. Monitorado pela técnica de amostragem *snowball*, totalizou 151 respondentes. O questionário estruturou-se em duas seções, a primeira destinada a informações demográficas, enquanto na segunda, uma questão abordou o propósito da viagem utilizando escala Likert de cinco pontos, enquanto a profundidade da experiência utilizou uma de três pontos, ambas para classificação de cinco segmentos (intencional, observador, casual, ocasional e fortuito). Observou-se que o geoturista intencional, que tem os geoatrativos como motivação central, alcançou a maioria em comparação aos segmentos que priorizaram o lazer durante o passeio. Esse predomínio pode estar relacionado mais à escassez de estratégias de divulgação do que a existência de público especialista tão amplo. Assim, nota-se a oportunidade de considerar a tipologia do geoturista em pesquisas e na divulgação dos geoparques.

Palavras-chave: Geoturismo; Geociências; Marketing.

